GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL
PROCEDIMIENTO DESARROLLO CURRICULAR
GUÍA DE APRENDIZAJE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUÍA DE APRENDIZAJE

Denominación del Programa de Formación: Promotor en Punto de Ventas.	**Código:** 63220163
Resultados de Aprendizaje: **26010103601.** Establecer los recursos necesarios para la promoción de productos en el punto de venta, con base en el plan de mercadeo.	**Competencia:** **260101036**. Promover los productos en el punto de venta según plan promocional y acuerdo comercial.
Duración de la guía:	10 Horas

2. PRESENTACIÓN

Motivar hacia la actividad de aprendizaje en consideración a las fortalezas que aportará en el El programa de formación **Promotor en el Punto de Ventas** busca orientar al aprendiz hacia el logro de conocimientos esenciales para el desarrollo de su labor. El promotor de ventas es el representante de las compañías que ponen sus productos a disposición del cliente en el punto de ventas. Es la persona encargada de orientar al cliente y cerrar la venta dándole información precisa y acorde a sus necesidades. El promotor de ventas no solo se relaciona con la venta final del producto, sino que se convierte en un recurso importante para las organizaciones dado que es quien proyecta y personaliza la imagen de la empresa. Si bien su objetivo final es la venta, no debe presionar al cliente y por el contrario mostrar todos los beneficios del producto, entregar la mayor información posible y hacer sentir satisfecho al cliente respetando su decisión de compra y creando en la inquietud de probar el producto. El promotor de ventas es un personaje amable y agradable que está dispuesto a brindar la máxima colaboración al cliente y que a través de su labor genera una imagen positiva del producto y la compañía que lo vende.

En la presente guía de aprendizaje se abordarán los elementos necesarios para alcanzar los conocimientos propuestos en el Resultado de Aprendizaje ***"Establecer los recursos necesarios para la promoción de productos en el punto de venta, con base en el plan de mercadeo"*.** El grado de especialidad y conocimiento que tiene un promotor de ventas es clave fundamental para el éxito de las ventas del producto y los objetivos que se pretendan alcanzar en el desarrollo de su labor. Un aspecto muy importante para desempeñarse con mayor efectividad es conocer lo relacionado con la campaña promocional o comercial, identificando el portafolio de productos de la empresa para la cual trabaja y sus correspondientes categorías, con el objetivo de gestionarlo de manera estratégica tanto en la exhibición como en la forma de llegar al cliente y de acuerdo al plan promocional que se esté desarrollando.

Lo anterior se abordará desde el desarrollo de la Actividad de Aprendizaje AA1. ***"Identificar el plan promocional de producto, teniendo en cuenta los recursos requeridos en el punto de venta"*.**
¡Bienvenidos!

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

Actividades Previas

Antes de elaborar las actividades propuestas en esta guía de aprendizaje, es preciso verificar que realizó las siguientes actividades previas al proceso formativo:

a. Actualizar datos
b. Contestar el sondeo de conocimientos previos
c. Presentarse ante su instructor y compañeros en el Foro Social

Importante: Consulte el enlace "Información del programa", que se encuentra en el menú del programa de formación, para conocer la descripción, la metodología de estudio, duración, justificación, entre otros aspectos

La actividad de reflexión inicial que realizaremos consiste en remembrar una situación cotidiana y contestar unas preguntas que te permitirán obtener una conclusión.

Actividades de Reflexión Inicial

En la vida diaria usted ha visitado supermercados, almacenes de cadena o puntos de venta con el fin realizar algún tipo de compra. Es normal ver exhibiciones, degustaciones, promociones y/o personas que brindan información respecto a un producto. Para realizar esta actividad se le invita a recordar algún evento promocional, preferiblemente alguno que le haya llamado la atención y con base en ese recuerdo responda las siguientes preguntas:

1. ¿Cuál era el objetivo de ese evento o promoción?
2. ¿Qué fue lo que más le llamo la atención de ese evento?
3. ¿En el evento había personas orientando o suministrando algún tipo de información?
4. ¿En qué parte del almacén o punto de venta se encontraba el evento, promoción, degustación ó exhibición?
5. ¿Qué tipo de publicidad se utilizó en el evento?

A partir de las respuestas obtenidas reflexione y concluya los efectos que tienen este tipo de eventos en el cliente o consumidor.

Nota: Esta evidencia tiene como finalidad encaminarlo en el desarrollo del tema del resultado de aprendizaje "Establecer los recursos necesarios para la promoción de productos en el punto de venta, con base en el plan de mercadeo".

Actividades de contextualización e identificación de conocimientos necesarios para el aprendizaje.

En la actividad anterior, de reflexión inicial, usted pudo recapacitar acerca de los eventos promocionales en el punto de ventas, esto direccionado hacia el desarrollo de la Actividad de Aprendizaje AA1 "***Identificar el plan promocional de producto, teniendo en cuenta los recursos requeridos en el punto de venta***".

Con el objetivo de fundamentar los saberes previos se analizará la siguiente expresión o frase tomada de la página web www.puromarketing.com, donde se ha publicado el artículo denominado "PLV el mejor amigo de las ventas" y en una de sus textos menciona lo siguiente:

> *"Una encuesta realizada por la asociación POPAI (Point of Purchase Advertising International) revelaba que el 70% de las decisiones de compra se toman en el establecimiento y no antes".*
> *Este hecho hace que las empresas se tomen muy enserio lo importante que es incentivar la venta los puntos de venta es decir la publicidad en el lugar de la venta (PLV) y para ello no hay nada mejor que un promotor que interaccione con los clientes".*

De acuerdo con lo anterior, intente responder ¿Cuál es el papel del promotor en el punto de venta y que representa para las compañías que lo contratan?,

Para realizar lo anteriormente descrito, es importante que revise el material de estudio denominado "**La Promoción de los Productos en el Punto de Venta**" y hacer consultas en la web sobre temas como:

- Portafolio, tipos y categoría de productos.
- Las ventas y la promoción.
- Ciclo de vida un producto.
- Acuerdos comerciales.
- Zonas del almacén o punto de ventas.
- Campaña promocional.
- Recursos para el plan promocional.
- Material P.O.P.
- Tipos de exhibiciones.
- Gestión en el punto de venta.

Se solicita al aprendiz fundamentar sus saberes previos, complementando conocimientos mediante la consulta de textos y referencias bibliográficas sobre los temas antes mencionados, puede apoyarse en sus vivencias personales, siguiendo los lineamientos que se presentan y describen en esta guía, los cuales serán ampliados por el instructor.

Encuentro Sincrónico: El aprendiz deberá participar en los encuentros sincrónicos citados por el instructor, principalmente en el encuentro del inicio del programa donde se explicará objetivo del cuso, los resultados y actividades de aprendizaje, las evidencias a desarrollar y sus criterios de evaluación, duración, cronograma de actividades, entre otros aspectos, como por ejemplo resolver dudas e inquietudes, explicar temas técnicos específicos, orientar en la búsqueda de información y entrega de evidencias.

Actividades de apropiación del conocimiento (Conceptualización y Teorización).

Es importante tener presente que los conocimientos adquiridos mediante el seguimiento y aplicación de esta guía, resultan claves para apropiar los conceptos generales sobre la dinámica de la actividad promocional en el punto de venta y la labor del promotor.

Tenga en cuenta los requerimientos para el alcance de las competencias que propone el programa de formación mediante la presente actividad de apropiación del conocimiento. Para el logro del Resultado de Aprendizaje "***Establecer los recursos necesarios para la promoción de productos en el punto de venta, con base en el plan de mercadeo***", se hace necesario que usted como aprendiz apropie conocimientos basados en los siguientes temas:

- Portafolio, tipos y categoría de productos.
- Plan de ventas y el plan promocional.
- Acuerdos comerciales.
- Campaña promocional.

La Actividad de Aprendizaje AA1. "***Identificar el plan promocional de producto, teniendo en cuenta los recursos requeridos en el punto de venta***", le permitirá evidenciar el saber adquirido, garantizando el logro de las competencias requeridas mediante la apropiación de conocimientos necesarios para comprender la importancia de identificar la promoción de los productos y conocer los recursos asociados. Es necesario entonces que usted:

- Fortalezca sus conocimientos a través de la consulta de los Objetos de Aprendizaje (OA) y recursos que se proporcionan en el ambiente virtual.
- Construya y entregue todas las evidencias requeridas para la valoración del instructor.

En plataforma LMS, se encuentra el Objeto de Aprendizaje (OA) que debe leer, comprender y asimilar; toda vez, que en él encontrará la información que le permitirá analizar la conceptualización técnica del presente tema en estudio.

- **Objeto de Aprendizaje**: "La Promoción de los Productos en el Punto de Venta"

La revisión de los contenidos propuestos en los recursos educativos (Objeto de Aprendizaje) orientará al aprendiz en el reconocimiento de los recursos asociados a las campañas o planes promocionales.

Orientación del Instructor

Para el desarrollo de esta actividad de aprendizaje y sus correspondientes evidencias, el instructor orientará la revisión y posterior profundización en los contenidos y recursos didácticos (objetos de aprendizaje, videos, enlaces externos, bibliografía, otros), dispuestos en el ambiente virtual. Igualmente, brindará realimentación oportuna sobre los resultados de aprendizaje esperados y competencias a alcanzar en el desarrollo del tema. Así mismo, el instructor, es el encargado de orientar el proceso formativo mediante explicaciones específicas, aclaración de inquietudes, direccionamiento de actividades, recomendaciones para el aprendizaje y desarrollo de evidencias; fomentando en el aprendiz una cultura de investigación, el respeto a los derechos de autor, la calidad como un valor agregado en la comprensión de temas relacionados con la labor del promotor de ventas.

Para el logro del resultado de aprendizaje, el aprendiz realizará y entregará las siguientes evidencias:

EVIDENCIA DE CONOCIMIENTO

Evidencia 1: Prueba de Conocimiento AA1. Cuestionario de preguntas sobre promoción de productos en punto de venta. El aprendiz deberá responder el cuestionario de preguntas relacionado con la temática sobre el plan promocional y los recursos asociados. Para asegurar un excelente desempeño en la prueba, se solicita, antes de su presentación, haber dado lectura al material de estudio.

Actividades de transferencia de conocimiento

En este momento, usted como aprendiz, ha logrado reflexionar, contextualizar y apropiar los conceptos de mayor relevancia que le permiten reconocer el plan promocional y los recursos asociados.

Para cumplir con esta evidencia, es importante que usted haya revisado, leído y comprendido el material de estudio presentando en esta guía. De acuerdo con las indicaciones de su instructor, posteriormente debe ingresar a la plataforma LMS y entregar la actividad (evidencia) debidamente desarrollada.

EVIDENCIA DE PRODUCTO

Evidencia 2. Informe escrito "Evento en el punto de Ventas".

Para realizar esta evidencia deberá dirigirse a un punto de ventas ó almacén (Preferiblemente de la categoría grandes superficies) e identificar un evento promocional y responder:

1. ¿A que categoría de productos pertenece el evento promocional y en forma gráfica realice el esquema donde se muestre las subcategorías y segmentos de esa categoría y resalta la que está en exhibición o en evento?
2. Determine la fase del ciclo de vida de ese producto y de acuerdo a ello justifique el plan promocional que se está realizando.
3. Identifique las exhibiciones principales y secundarias del producto en evento o campaña promocional y presente las imágenes en el informe.
4. En la exhibición principal identifique la técnica de exhibición aplicada.
5. Identifique y describa el tipo de exhibición secundaria que se realizó para este evento y justifíquela de acuerdo a la categoría y los intereses de compra del cliente.
6. Defina si las exhibiciones están en las zonas calientes del punto de venta.
7. Describa el material P.O. P que fue utilizado.
8. Identifique cuántos promotores estaban encargados del evento y que función tenían.

Desarrolle el documento escrito en el formato de su preferencia donde dé respuesta a las preguntas planteadas; puede utilizar imágenes o fotografías para enriquecer y construir su evidencia.

4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
EVIDENCIA DE CONOCIMIENTO **Prueba de Conocimiento AA1.** Cuestionario de preguntas sobre promoción de productos en punto de venta.	Organiza los elementos requeridos para los eventos de promoción, teniendo en cuenta el espacio asignado en el punto de venta.	Enlace en LMS: Prueba de conocimiento.
EVIDENCIA DE PRODUCTO **Informe escrito** "Evento en el punto de Ventas".	Plantea diferentes alternativas para la promoción de productos, con base en las directrices de la organización.	Enlace en LMS: Envío Informe: Evento en el punto de Ventas.

5. GLOSARIO DE TERMINOS

Exhibición: ubicación estratégica de los productos para presentación al público.

Góndolas: son los armarios o muebles compuesto de entrepaños que se utilizan para colocar los productos y exhibirlos.

Grandes Superficies: se les denomina así a los almacenes de cadena o de gran tamaño que venden una amplia variedad de productos y que generalmente sus estructuras tienen más de un piso de exhibición.

Inventarios: hace referencia a la cantidad de unidades de cada uno de los productos que se encuentran almacenados o dentro de un punto de ventas.

Lineales: espacio destinado a la exhibición de productos en góndola o anaquel.

Mercaderista: persona encargada de visitar los puntos de venta para revisar inventarios, surtir las exhibiciones y ser el medio de contacto entre el punto de ventas y la empresa proveedora.
Material POP: diseños publicitarios utilizados para promocionar un producto.

Planograma: diseño gráfico utilizado para realizar la distribución y exhibición de los productos en las góndolas

PLV: publicidad en el lugar de la venta.

PV: punto de ventas.

Toma de Almacén: campaña promocional específica para un producto que se programa durante uno o varios días y que con el apoyo del punto de ventas enfoca la atención de los clientes a través de decoración del punto con publicidad del producto, ofertas especiales, actividades, obsequios para los clientes, entre otras.

6. REFERENTES BILBIOGRÁFICOS

Bailey, S., & Baker, J. (2014). *Moda y Visual Merchandising .* Barcelona: Gustavo Gili.

Garcia, M. J. (2015). *Publicidad en el punto de venta.* Bogotá: Ediciones de la U.

Kerin, R., & Hartley, S. (2014). *Marketing.* Mexico D.F.: Mc Graw Hill Interamericana Editores.

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	Sonia Maritza Ramos Ruiz	Experta Temática	Centro de Gestión de Mercados, Logística y Tic's. Regional Distrito Capital.	Octubre de 2016
	Rosa Elvia Quintero Guasca	Asesor Pedagógico	Centro Industrial de Mantenimiento Integral- CIMI. Regional Santander.	Octubre de 2016
	Luis Orlando Beltrán Vargas	Asesor Pedagógico		Octubre de 2016

8. CONTROL DE CAMBIOS (diligenciar únicamente si realiza ajustes a la guía)

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)					Sin cambios- programa nuevo.